

# 全聯廣告...人文關懷 政治別來攪局

2018-08-09 00:16 聯合報「民意論壇」 李政達／科大講師（台南市）

超市龍頭全聯福利中心這幾年推出的中元節廣告，因獨具創意巧思，經常引發社會矚目與共鳴。今年推出的三支廣告，皆以受祭拜者的好兄弟角度為發想，捨棄陰霾隱晦的拍攝手法，加入人文關懷，不僅不會讓人產生「敬鬼神而遠之」的排斥感，更令人備感溫馨。

其中一支廣告因被指為影射卅七年前離奇死亡的「陳文成事件」，引發網友熱議，全聯隨即將廣告停播下架，並發表聲明不碰觸政治議題，也不願各界過度聯想。

個人以為，該廣告的靈感或許來自陳文成，但並未指名道姓，拍攝手法也十分謹慎，即便是陳的家屬觀看後，也不致產生「仇視」的想法。若非有心人士引導，如今年輕一代鮮少知道整件事的來龍去脈，而四、五年級生或還有模糊記憶，當看到這則廣告時，大概也只會「這是兩岸對峙草木皆兵那個年代時空背景下的悲劇…」的念頭劃過腦海。

陳案事件背後主謀、指使、行凶者，觀者自然會有懷疑，但因年代久遠欠缺實證，恐早已成懸案。然而廣告本身所傳遞的訊息，由內心深處衍生出悲憫情愫，絕對是凌駕於政治訴求之上。

全聯廣告再次引起社會討論和注意，許多沒看過、沒注意，或壓根就不知道陳文成其人其事的普羅大眾，會主動上網搜尋了解。不管這種逆勢操作的行銷手法，是否有助營業額提升，即使廣告已下架，畢竟已引發關注度和話題性了！